

14. Резолюция пятьдесят седьмой сессии Генеральной Ассамблеей ООН A/RES/57/106 от 26 ноября 2002 г. / Последующая деятельность в связи с Международным годом добровольцев.[Электронный ресурс] URL: <http://www.un.org/russian/document/gadocs/57sess/57res2.htm>.
15. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации / Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1760-р от 18 декабря 2006 г. (ред. от 16.07.2009). [Электронный ресурс] URL: <http://molod39.ru/images/fckupload/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F%20%D0%93%D0%9C%D0%9F.pdf>

Николаева Т.Ю.,
г. Екатеринбург

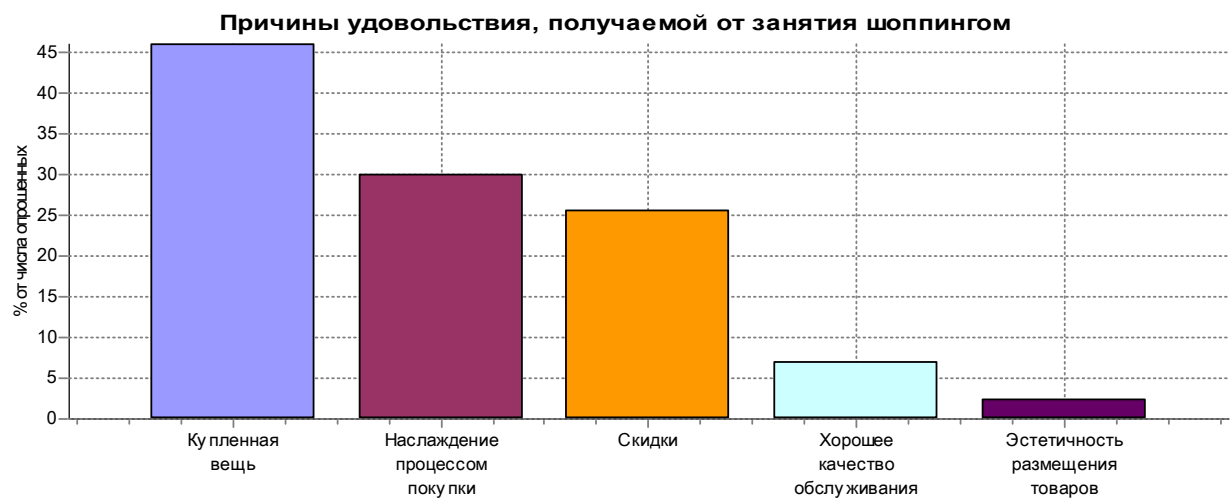
ГЕДОНИСТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ШОППИНГА

В современном обществе приобретение вещей не ограничивается лишь практическим применением. Индивид также стремится при этом получить удовольствие [1]. Следовательно, покупка вещей начинает выполнять гедонистическую функцию. В процессе шоппинга возникают положительные ощущения. Некоторые посетители магазинов получают удовольствие от взаимодействия с продавцом, в результате которого совершают покупки на выгодных им условиях. Покупателю доставляет особое блаженство примерка красивых вещей, слушание приятной музыки, ощущение аромата парфюмерных изделий, запах вкусной еды и т. д.

В Екатеринбурге нами было проведено исследование, в котором приняли участие 200 человек в возрасте 18-55 лет, занимающихся шоппингом. Результаты исследования показали, что более половины опрошенных (64%) получают удовольствие от занятия шопингом. Чаще всего опрошенные испытывают радость от приобретения вещи (46%),

наслаждаются самим процессом покупки. Скидки способствуют также появлению хорошего настроения. Хорошее качество обслуживания (7%) также способствует удовлетворению опрошенных от занятия шоппингом.

Рисунок 1.



Однако, 34% опрошенных не испытывают удовлетворения от занятия шопингом. Потому как они эмоционально и физически устают от шоппинга (17%), их раздражает суета (15%) и большое количество посетителей магазинов (10%). Также они считают, что из-за шоппинга теряют много времени (5%).

Результаты исследования показали, что большинство женщин (77%) получают удовольствие от занятия шопингом, а большинство мужчин (62%) – нет. Для женщин шоппинг, безусловно, - многочасовой ритуал, который помогает возместить недостаток положительных эмоций, в то время как на психику мужчин ложится тяжелым бременем, поэтому они часто стремятся, быстро купив товар, покинуть магазин (Таблица 1).

Таблица 1. Влияние пола респондента на наличие удовлетворенности, получаемой от занятия шопингом (в % от числа опрошенных)

Пол	Наличие удовлетворенности, получаемой от занятия шопингом			
	Да	Нет	З/о	Итого:
Мужс	33,3	61,7	5,0	100,0

кой				
Женск ий	77,1	22,1	0,7	100,0
В целом:	64,0	34,0	2,0	100,0

* Коэффициент Крамера [0..1]: 0,423, вероятность ошибки: 0,10%

Таким образом, шоппинг для большинства жителей г. Екатеринбурга доставляет удовольствие, потому что он помогает избавиться от стресса. Посредством покупок человек пытается сгладить негативное воздействие на себя различных факторов. При этом фактор престижа играет значительную роль. Возможность обладания модной вещью доставляет огромное удовольствие для людей, занимающихся шоппингом. Также развлекательные зоны торговых центров (кафе, бары, рестораны, кинозалы, комнаты для детей и т. д.) способствуют полноценному отдыху покупателей, вследствие чего их привлекает шоппинг.

Литература

1. Фитерстоун М. Тело в обществе потребления, 1982. – С. 18-33.

Ровкина М.А.,

г. Тюмень

ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ В РОССИЙСКОМ СОЦИУМЕ

Общественные перемены последнего десятилетия кардинально изменили политическую и социальную ситуацию на постсоветском пространстве, и миллионы людей стали вынужденными мигрантами. В отличие от развитых стран, переживших миграционный бум и не связанных с постоянной иммиграцией, Россия столкнулась с интенсивными миграционными потоками в условиях, когда ее экономическая база оказалась в кризисном состоянии. Приобретая в последние годы ярко выраженный